

шляхом модернізації наявної відпочинкової інфраструктури та поширення таких форм рекреації як, зокрема, сільського зеленого туризму, етнографічного, дегустаційного, етнографічного.

Надзвичайно важливим для Закарпаття є питання забезпечення транспортного сполучення між туристично-рекреаційними об'єктами, покращення стану дорожнього покриття, виділення та розподіл коштів на цільові програми з розвитку туристської діяльності, модернізації потребують понад 60 закладів туристично-рекреаційного призначення, більш ефективного використання заслуговує і гідромінеральний потенціал області.

Проте в порівнянні з іншими регіонами держави Закарпаття – одна з найрозвиненіших і перспективних туристських областей України цілорічного функціонування.

1. Все про Закарпаття. Відпочинок в Карпатах. Довідник Закарпатської області та м. Ужгород: [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <https://zakarpattya.eu/turystychne-zakarpattya/>

2. Туристський портал Закарпатської області: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakarpattyachko.com.ua>

ФОРМУВАННЯ ЗАСАД СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Денісов К.О.

Науковий керівник – Влащенко Н.М., канд. екон. наук, доцент

Високий рівень вимог, що висуваються до діяльності суб'єктів господарювання в сучасних умовах мінливого глобалізованого середовища вимагає гнучкості усіх підсистем управління підприємства, однією з яких виступає підсистема управління лояльністю його персоналу. Питання лояльності персоналу є надзвичайно актуальним, оскільки персонал виступає одним з ключових факторів конкурентоспроможності підприємства, а відданість його працівників - конкурентною перевагою. Проте діагностика лояльності персоналу в практиці господарювання більшості підприємств носить фрагментарний характер, показники лояльності не враховуються при плануванні діяльності підприємства та стратегії розвитку його кадрового потенціалу.

Дослідивши теоретичні аспекти формування лояльності персоналу підприємства, слід зауважити, що в більшості фахових публікацій немає єдиного підходу до трактування сутності поняття «лояльність персоналу». Зокрема, І. М. Пілат аналізуючи сутність лояльності персоналу підприємства, спираючись на дослідження Т. Н. Чистякової, Н. В. Мойсеєнко, В. Доминяк, Л. Г. Почебут, розглядає лояльність як

вірність працівників своїй організації [2, с. 602]. О. В. Сардак з поняттям лояльності пов'язує поняття залучення, прихильності і відданості персоналу. Зокрема, даний автор наголошує, що лояльність персоналу – це ступінь ідентифікації працівників з підприємством, що характеризується прийняттям правил і норм, прийнятих у ньому, активним залученням до справ підприємства, організаційною поведінкою, спрямованою на досягнення індивідуальних і корпоративних цілей [3, с. 127].

Запорукою формування лояльності персоналу до підприємства виступає лояльність підприємства до персоналу [4, с. 390]. У сучасних умовах під управлінням лояльністю персоналу доцільно розуміти цілеспрямований вплив на чинники, що її формують, з метою забезпечення її подальшого розвитку і зміцнення [1, с. 75].

На нашу думку, чинники формування і підвищення лояльності персоналу підприємства можна поділити на три групи відповідно до методівуправлінського впливу на персонал підприємства: адміністративно-розпорядчі, організаційно-економічні, соціально-психологічні.

Адміністративно-розпорядчі (виконання підприємством своїх же правил: чітке дотримання Трудового договору, статуту, елементів встановленої корпоративної культури, поінформованість працівників, контроль діяльності працівників, чіткі розпорядження й адекватні завдання відповідно до кваліфікації працівника, правильно організований робочий час тощо).

Організаційно-економічні (справедлива винагорода за конкретні досягнення, вмотивованість праці, стиль управління Науковий керівника, забезпечення навчання та підвищення кваліфікації, система преміювання, соціальний пакет (система компенсацій за харчування, проїзд, оплата мобільного зв'язку тощо)).

Соціально-психологічні (чесність з боку керівництва, довіра, увага з боку керівництва до працівника, система моральних заохочень, продуктивні відносини у колективі, сприятливий морально-психологічний клімат, наставництво, сприятливі (комфортні відповідно до виду діяльності) умови праці, психологічна сумісність працівників, відсутність деструктивних конфліктних ситуацій тощо).

Стратегія управління лояльністю працівників підприємства націлює діяльність, насамперед, керівництва на підвищення лояльності персоналу і включатиме заходи щодо стимулювання лояльності діючого персоналу, так і щодо формування лояльності нових працівників. Лояльні співробітники більш мотивовані, вони прагнуть найчіткіше виконувати свої функції, виявляють ініціативу, творчо ставляться до своєї роботи, націлені на розвиток організації.

Виконання запропонованих вище стратегічних заходів щодо регулювання лояльності персоналу на підприємстві забезпечить реалізацію загальної стратегії його розвитку та сприятиме покращенню його іміджу.

Підсумовуючи зауважимо, що лояльність персоналу – явище неоднозначне.

Впровадження стратегічного управління лояльністю персоналу підприємства дозволить забезпечити рівновагу між інтересами як керівництва, так і співробітників. Слід звернути увагу на те, що в умовах розвитку підприємств в умовах кризи під впливом глобальних чинників розвитку світової та національної економіки відповідальне ставлення персоналу до праці та його відданість базується переважно на матеріальних цінностях. Тому керівництву підприємства потрібно звернути увагу на дотримання балансу між цінностями конкретного працівника та цілями і вимогами підприємства шляхом активного стимулювання саме соціально-психологічних чинників формування лояльності персоналу. Проте процес управління лояльністю персоналу вимагає комплексного підходу, який враховує як соціально-психологічні, так і економічні й адміністративні аспекти управління. Тому перспективними є дослідження індикаторів лояльності персоналу підприємства в системі її діагностики на основі використання дескриптивних і предикативних моделей.

1. Кравець А.А. Лояльність як умова професійної мотивації персоналу підприємства / А.А. Кравець, Н.Ю. Ляшок // Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону: Збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Красноармійськ, 20 грудня 2012 р.) / Красноармійський індустріальний інститут ДонНТУ. – Донецьк : «Світ книги», 2012. — В 2-х томах. Т. 1. – 330 с. – С. 74–77.

2. Пілат І. М. Лояльність персоналу в умовах мотивації професійної діяльності / І. М. Пілат // Збірник наукових праць КПНУ імені Івана Огієнка. – 2010. – Вип. 10. – С. 601–612.

3. Сардак О. В. Управління лояльністю персоналу підприємств в умовах ринкової економіки / О. В. Сардак // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені М. Туган-Барановського. – 2010. – № 3 (47). – С. 126-130.

4. Сардак О. В. Формування лояльності в системі управління персоналом маркетингом / О.В. Сардак // Науковий вісник НЛТУ України: зб. науково-технічних праць – Львів: Національний лісотехнічний університет України, 2012. – Вип. 22.8. – С. 387-392.